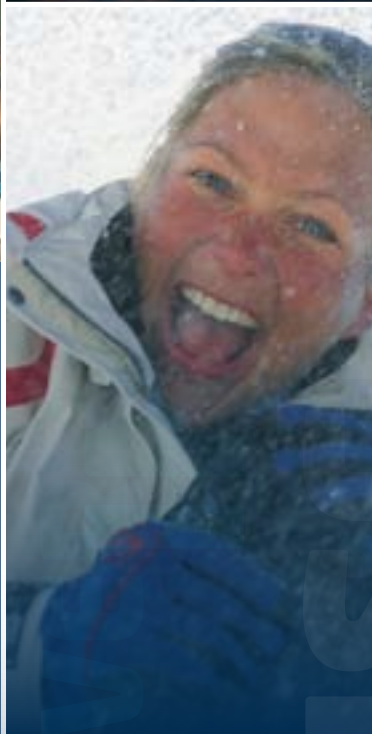


ÅRSRAPPORT 2009



NHO
REISELIV

Innhold

Leder	4
NHO Reiselivs arbeid i 2009	6
Høyt og klart	8
Det store TV-året	10
Flere flinke hoder	12
Gode råd er gratis	14
Når marginene teller	16
Regioner og bransjeutvalg	18
Reiselivets lokalstemme	20
Økt kunnskap	24
Marked og organisasjon	26
Vekst og fall	28
Dette er NHO Reiseliv	30



STORT & SMÅTT

- JANUAR** 30. januar gikk direktør for juridisk avdeling i NHO Reiseliv Jostein Hansen ut mot den uvanlig strenge praktiseringsreguleringen av skjenkereglene i Bergen. – At man risikerer å miste bevillingen i 14 dager ved første gangs overtredelse er en voldsom dramatisk reaksjon, sa Hansen til Bergensavisen.
- FEBRUAR** 6. februar meldte TV2 at NHO Reiseliv reagerer kraftig på regjeringens forslag om å stramme inn skjenketidene fra kl 03 til 02. – Å endre rammebetingelser til det verre i en tid som dette, er et alvorlig angrep både på bedrifter og arbeidsplasser, sa NHO Reiselivs adm. direktør Knut Almquist.
- MARS** 26.-27. mars møtte NHO Reiselivs president, Ragnar Heggdal i Strategisk Råd for reiseliv på Trysil for å redegjøre for finanskrisens innvirkning på reiselivet og diskutere lønnsomheten i næringen og muligheter for å bedre denne.
- APRIL** 29. april ble NordNorsk Reiseliv AS etablert, med NHO Reiseliv som en av pådriverne. Målet til selskapet er å ta ut det store reiselivspotensialet i Nord-Norge. – Vi håper landsdels-selskapet vil bidra til å markedsføre landsdelen mer helhetlig, sa NHO Reiselivs adm. direktør Knut Almquist.
- MAI** I mai la NHO Reiseliv frem en fersk undersøkelse som viste at ni av ti fremtidige stortingsrepresentanter mener reiseliv har stort potensial for økt sysselsetting og verdiskaping i deres fylker, sammenliknet med andre næringer. Saken ble bredt omtalt i mediene.
- JUNI** 8.-9. juni arrangerte NHO Reiseliv sitt landsmøte i Alta. Landsmøtet vedtok blant annet krav om redusert serveringsmva, og en resolusjon som oppfordret regjeringen til umiddelbar økning av innenlandsmarkedsføringen foran sommersesongen.
- JULI** 2. juli holdt NHO Reiseliv sammen med Innovasjon Norge pressekonferanse, hvor en fersk medlemsundersøkelse om sommersesongen ble lagt frem. Et samlet norsk pressekorps fikk høre at mer enn fire av ti reiselivsbedrifter forventet en forverring av sommersesongen sammenliknet med 2008.
- AUGUST** 13. august på Geilo møtte reiselivet i Buskerud flere av fylkets stortingskandidater. På møtet som sto i regi av NHO Buskerud og NHO Reiseliv deltok også daværende adm. direktør i NHO, Finn Bergesen Jr. – Slik veistandard kan man ikke by norsk reiselivsnæring, sa han i sitt innlegg.
- SEPTEMBER** 9. september lanserte NHO Reiseliv nye hjemmesider. – Det er en glede å vise frem våre nye nettsider som er blitt til gjennom en bred prosess og stort engasjement, hvor både medlemmer, tillitsvalgte og ansatte har bidratt, uttalte NHO Reiselivs adm. direktør Knut Almquist.
- OKTOBER** 12.-13. oktober arrangerte NHO Reiseliv "Landskonferansen'09 - kompetanse og rekruttering i hotell, restaurant og reiseliv" på Lillestrøm. Her ble rekrutteringskampanjen "Verden er din" lansert. Den er basert på nettsiden verdenerdin.no og aktivitet i sosiale medier. Nærings- og handelsdepartementet støtter kampanjen med 1,5 mill. kroner.
- NOVEMBER** I november møtte NHO Reiseliv i høringer om statsbudsjettet i Stortingets næringskomité og i finanskomitéen. Økte bevilgninger til markedsføring, senket mva på servering og et krafttak mot gjengroingen av kulturlandskapet var hovedsakene NHO Reiselivs adm. direktør Knut Almquist tok opp.
- DESEMBER** 4. desember holdt NHO Reiseliv en pressekonferanse hvor en medlemsundersøkelse om julebordsesongen ble fremlagt. Denne viste at hver tredje bedrift opplever årets julebordsesong som dårlig, og nær halvparten sa den er dårligere enn i fjor. – Nå bør myndighetene sette inn kraftiltak for å motvirke svikten i etterspørsel og lønnsomhet, sa Knut Almquist.

JOBB NUMMER ÉN: ØKT VOLUM OG LØNNSOMHET



For norsk reiseliv var 2009 krisens år, med økt behov for volum og lønnsomhet i bedriftene. Det preget også NHO Reiselivs prioriteringer og kommunikasjon gjennom hele året.

Etter flere gode år, møtte reiselivet i 2009 en markedssvikt både her hjemme og ute. Bunnen falt ut av kurs- og konferansemarkedet, yrkesreiser gikk ned og færre turister gjestet Norge. Kun økning i norsk ferie- og fritidstrafikk reddet sommeren, og sørget for at særlig reiselivet i distriktene holdt hodet over vannet.

Helt siden finanskrisen startet, har NHO Reiseliv lagt vekt på å gi et korrekt bilde av status i reiselivet. Gjennom undersøkelser og rapporter har både opinionen gjennom media og politikere gjennom kontaktarbeid og møter i blant annet strategisk råd for reiseliv, blitt informert om status for reiselivet og dets utfordringer.

Samtlige av NHO Reiselivs undersøkelser har vist markeds- og investeringssvikt, flere permitteringer og redusert omsetning. De fleste bedrifter er da også samstemte om hvilke tiltak

som er nødvendige for å møte lavkonjunkturen: Økt volum og bedre lønnsomhet. Disse ønskene speilet også landsmøtets uttalelser, hvor økning i markedsføringsmidler til Innovasjon Norge og redusert mva på servering var hovedtiltak for å bedre volum og lønnsomhet.

Disse prioriteringene har gjennom hele året ligget til grunn for NHO Reiselivs næringspolitiske arbeid, og kommunikasjon gjennom media. Selv om ikke våre krav om betydelig økt markedsføring og redusert mva på servering ennå har ført frem, er oppmerksomheten rundt, forståelsen for og kunnskapen om dette økende både i de politiske miljøer og blant folk flest. Det styrker vårt videre arbeid for å bedre rammebetingelser for næringen, i kriseår som i kronår. For selv når krisen er over, gjenstår de samme utfordringene: Store deler av næringen har for lite å tære på

når utgifter er betalt, og Norge har fortsatt langt igjen for å vinne den posisjonen vi skal ha som reise-mål både for nordmenn og for utenlandske turister.

Først ved utgangen av 2010 vet vi hvordan reiselivet har evnet å stå krisen av. Vi er spente og avventende. Enkelte bedrifter vil ha bukket under. Andre vil ha brettet opp ermene, krummet nakken og omstilt seg til den nye hverdagen – som en vinner. NHO Reiseliv vil uansett være der som en garantist for at reiselivets stemme blir hørt og forstått – og tatt med i politiske prioriteringer slik at de dårlige tidene kan brukes til å bygge næringen, ikke rive den ned.

Knut Almquist
Adm. direktør i NHO Reiseliv

Først ved utgangen av 2010 vet vi hvordan reiselivet har evnet å stå krisen av



NHO REISELIVS ARBEID I 2009



NHO Reiselivs ambisjon er å være den ledende næringsorganisasjonen for norsk reiseliv. Derfor arbeider vi hver dag for å fremme reiselivets interesser, blant annet gjennom kontakt med politikere, organisasjoner og media.

Som i 2008, har behovet for økt rekruttering av kompetent arbeidskraft til reiselivet stått høyt på dagsorden også i 2009. Gjennom det siste året har NHO Reiseliv også arbeidet hardt og målrettet for å bli enda bedre i vår medlemservice.

I 2009 rammet finanskrisen reiselivet for fullt, en næring som fra før av driver mindre lønnsomt enn andre sammenliknbare næringer. NHO Reiseliv har derfor gjennom det siste året arbeidet for umiddelbar bedring av reiselivets rammevilkår. Vi har fremsatt flere veldokumenterte forslag til myndighetene for hvordan lønnsomheten i norske reiselivsbedrifter kan bedres.



Finanskrisen og dens påvirkning på reiselivet, har preget NHO Reiselivs næringspolitiske arbeid i 2009. Med en stadig høyere røst har NHO Reiseliv krevd tiltak og endringer i rammebetingelser for å øke volum, lønnsomhet og konkurransekraft i næringen.

NHO Reiseliv har i 2009 spisset sitt næringspolitiske arbeid om to hovedsaker: Å rapportere grundig og korrekt på virkningen av finanskrisen i bedriftene, og å fremme tiltak som vil sette reiselivet i stand til å øke omsetning, lønnsomhet og evne til å stå krisen av. I tillegg har arbeidet mot forslaget til ny alkohollov preget arbeid og debatt i organisasjonen. Samtidig blir NHO Reiseliv trukket inn på stadig flere arenaer der beslutninger som angår næringen tas.

Premissleverandør

NHO Reiseliv har vært en premissleverandør for arbeidet inn mot nærings- og handelsministerens strategiske råd for reiseliv, og har satt flere av næringens kjernesaker på dagsorden der, blant annet lønnsomheten i næringen og behovet for kompetent arbeidskraft. Selv om NHO Reiseliv i samarbeid med NHOs Reiselivsråd og Forum for Reiseliv ikke ble hørt da det ble krevd

økt markedsføring av Norge for å motvirke konjunktursvikt som følge av finanskrisen, har nødvendigheten av større synlighet høstet politisk forståelse – sammen med betydningen av hjemmemarkedet. NHO Reiseliv har også fått gjennomslag for mange av organisasjonens kjernesaker gjennom statsbudsjettet for 2010, blant annet rassikring, ivaretagelse av reiselivets råvare (kulturlandskapet) og trafikkskapere (kulturarv og destinasjoner).

Reduksjon i avgifter

Også i 2009 har det vært vanskelig å oppnå gjennomslag for reduksjon i de skatter og avgifter som er spesielt tyngende for næringen. Dette til tross for at NHO Reiselivs lønnsomhetsanalyse fra juni 2009 viste at en reduksjon av mva på servering fra 25 til 14 prosent vil øke næringens lønnsomhet med hele 3,42 prosentpoeng på bunnlinjen i snitt.

Oppmerksomheten om at en reduksjon av mva på servering er det virkemiddelet som både vil treffe næringen best, ha lavest kostnad for myndighetene og sette næringen i stand til å møte konkurranse fra de mange europeiske land som reduserer denne mva-satsen, har imidlertid økt.

Næringspolitisk arbeid

Det næringspolitiske arbeidet i 2009 har hovedsakelig bestått av formell og uformell politikerkontakt, deltakelse i en rekke råd og utvalg og ved å være en ansvarlig og synlig aktør i mediebildet. I tillegg har NHO Reiseliv vært høringsinstans for en rekke saker av næringspolitisk karakter. Det er blitt sendt budsjettbrev til Nærings- og handelsdepartementet og til Finansdepartementet, og NHO Reiseliv har møtt til høring i Stortingets finanskomité og Stortingets næringskomité under behandlingen av statsbudsjettet.



➤ **NHO Reiselivs lønnsomhetsanalyse fra juni 2009 viste at en reduksjon av mva på servering fra 25 til 14 prosent vil øke næringens lønnsomhet med hele 3,42 prosentpoeng på bunnlinjen i snitt**

NHO Reiseliv har gjennom 2009 deltatt aktivt i næringspolitiske prosesser og forum i regi av NHO-fellesskapet, og samarbeidet med andre organisasjoner/sammenslutninger som blant annet Forum for Reiseliv, Fellesforbundet, Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund på områder der man deler felles interesser.

Regjeringens reiselivsstrategi

Etter at regjeringen la frem strategien "Verdifulle opplevelser" 18. desember 2007, har NHO Reiseliv arbeidet for å realisere de tiltakene i strategien som er viktige for medlemsbedriftene og for utviklingen av norsk reiselivsnæring i fremtiden. NHO Reiseliv har fulgt opp de tiltakene der det er naturlig at

næringen selv er deltaker eller direkte er tildelt ansvar gjennom strategien. Av områder der det har vært gjort et større arbeid, kan nevnes utviklingen av et kvalitetssikringssystem for overnattingsnæringen, i tett samarbeid med bedriftsrepresentanter for næringen. Også arbeidstagersiden, Innovasjon Norge og Forbrukerrådet har vært involvert i arbeidet, som har vært forankret i en styringsgruppe. NHO Reiseliv deltar også aktivt i arbeidet med en strategi for et bærekraftig reiseliv i samarbeid med Innovasjon Norge. I tillegg har NHO Reiseliv sittet i førersetet for å utvikle en nasjonal bookingløsning for reiselivet. Dette arbeidet har skjedd i regi av BIT Reiseliv.

Rapporter og undersøkelser

NHO Reiseliv har i 2009 i stadig større grad benyttet seg av undersøkelser og rapporter som synliggjør tilstanden i reiselivet, for på best mulig måte å fremme næringens interesser. Fire av undersøkelsene er gjort i regi av NHOs felles nettbaserte system Analyzer, mens en rapport om næringens lønnsomhet og kostnadsstruktur ble gjort av byrået Paveto Essens. Både undersøkelsene og rapportene har vært benyttet i kontaktarbeid og i media. Resultatene av undersøkelsene ble også presentert to ganger i Strategisk råd for reiseliv. Undersøkelsene har hatt høy svarprosent, og har derfor vært et viktig redskap.



DET STORE TV-ÅRET

NHO Reiseliv har hatt 1703 oppslag i norske medier i 2009, ifølge Opoints medieovervåkningsbase. Organisasjonen har i løpet av året økt synligheten i mediebildet, ikke minst grunnet et trettitalls innslag på NRK og TV2.

Sammenliknet med andre landsforeninger i NHO, var det i 2009 kun Norsk Industri som hadde flere saker i mediene enn NHO Reiseliv. Det har særlig vært status for reiselivet i lys av finanskrisen som har preget medieinnslagene, med budskap fra NHO Reiseliv om behov for økt profilering av Norge og reduksjon av mva på servering for å øke lønnsomheten i reiselivet.

Mer TV-dekning

NHO Reiseliv har gjennom året lykket med å sette dagsorden i media på flere saker som er viktig for næringen. Organisasjonen hadde i 2009 et trettitalls innslag på riksdekkende TV, en tredobling sammenliknet med tidligere år. I andre medier og aviser er nivået det samme som tidligere år.

Almquist mest synlig

Administrerende direktør Knut Almquist er NHO Reiselivs hovedprofil utad og er talsperson i nasjonale medier og nasjonale spørsmål. Fagansvarlige

og regionledere har også vært synlige i både radio, TV, aviser og fagtidsskrifter. NHO Reiselivs rapportering på overnattingsstatistikken fra SSB har resultert i mange mediesaker i løpet av året. Blant sakene med flest treff var utsiktene til sommersesongen (ca 75 saker) og rapporteringen på julebordsesongen (over 100 saker).

Nye nettsider og nyhetsbrev

NHO Reiseliv lanserte nye nettsider 09.09.09, en dato som tydelig markerte at Internett blir en stadig viktigere kanal for informasjon om organisasjonen. De nye nettsidene ble til etter en bred prosess og stort engasjement blant både tillitsvalgte og ansatte. Nettsidenes hovedmålgruppe er medlemmene, men de er også en viktig kanal for å synliggjøre NHO Reiselivs arbeid og standpunkter til øvrige interessenter. Nettsiden hadde over 46 500 unike besøkende i 2009, og av disse var 61 prosent returnerende besøkende.

Det elektroniske nyhetsbrevet fikk også nytt design i forbindelse med overgangen til nye nettsider, og det ble sendt ut 17 utgaver i 2009. I forkant av sommeren ble det besluttet at det skal sendes to faste nyhetsbrev hver måned.

Andre publikasjoner

I 2009 er det også blitt produsert fire medlemsmagasiner, hver utgave med opplag på 2500 eksemplarer.

Magasinene inneholdt alt fra lengre reportasjer om aktuelle temaer som råd og tips mot svineinfluensa, til reportasjer om medlemsbedrifter og portrettintervjuer med reiselivsprofiler.

Det er også blitt produsert en rekke annet informasjonsmaterieell i løpet av året, herunder medlemsfordelsbrosjyre, sjekkliste for utleie av båter, regionale årsberetninger og valgkampmaterieell for å nevne noe.



Organisasjonen hadde i 2009 et trettitalls innslag på riksdekkende TV, en tredobling sammenliknet med tidligere år

FLERE FLINKE HODER

NHO Reiseliv arbeider hver dag for å heve kompetansen i - og øke rekrutteringen til - reiselivet. I 2009 har kampanjen "Verden er din" vært et viktig redskap for å vise ungdom mulighetene de har ved å velge en utdanning som kvalifiserer for å arbeide i reiselivet.

Fortsatt sviktende søkning til våre fag i videregående skole, og klare tilbakemeldinger fra medlemsbedriftene om at de mangler kvalifisert arbeidskraft, er årsaken til at NHO Reiseliv prioriterer rekrutteringsarbeidet høyt.

Verden er din

NHO Reiselivs kompetanseavdeling lanserte derfor i 2009 tidenes største rekrutteringssatsing innenfor reiseliv, kampanjen "Verden er din". Den er rettet mot både kokk-, servitør-, resepsjons- og reiselivsfaget. Kampanjen har ført til mange oppslag i media og økt fokus på rekruttering til våre fag, ikke minst fordi den i stor grad er internettbasert og føres gjennom sosiale medier som Facebook og blogg – steder der ungdommen i

dag er å treffe. I tillegg har kompetanseavdelingen gjennom året vært godt representert ved utdanningsmesser, og vært hyppig brukt til foredrag ved skoler.

Viktige arenaer

NHO Reiseliv er til stede på viktige arenaer hvor videregående opplæring står på dagsorden, som "Faglig råd for restaurant og matfag" og i "Faglig råd for service og samferdsel".

NHO Reiseliv har også nær tilknytning til Norsk hotellhøgskole (NHS) gjennom skolens instituttråd og bransjeråd. I samarbeid med NHS, videreutvikler kompetanseavdelingen mellomlederkurset "Kompetent", og i 2009 ble arbeidet med "Kompetent" 2 og 3 ferdigstilt. Videre har det blitt arbeidet sammen

med Greveskogen videregående skole og NHS om utviklingen av en ettårig fagskoleutdanning innen restaurantfagene. I 2009 opprettet kompetanseavdelingen et HR-forum, bestående av HR-ansvarlige i hotell- og restaurantkjeder, for å skape en møteplass for de som har ansvar for rekruttering.

Landskonferansen

12. - 13. oktober gikk NHO Reiselivs arrangement "Landskonferansen '09 – kompetanse og rekruttering i hotell, restaurant og reiseliv" av stabelen på Lillestrøm. Den årlige konferansen er blitt en av de viktigste nasjonale møteplassene mellom skole, myndigheter og næringsliv innen fagene kokk, servitør, resepsjon og reiseliv. Årets konferanse samlet hele 160 deltakere.



NHO Reiseliv er til stede på viktige arenaer hvor videregående opplæring står på dagsorden

GODE RÅD ER GRATIS

NHO Reiselivs avdeling for arbeidslivspolitik er en viktig støttespiller for medlemsbedriftene. I 2009 har pågangen vært større enn noensinne, ikke minst på grunn av utfordringer knyttet til finanskrisen og nye, større arbeid med lover og forskrifter som berører reiselivsbedriftenes hverdag.

NHO Reiselivs juridiske avdeling er eksperter i arbeidsrett, men bistår medlemmene også i andre juridiske spørsmål. I tillegg har avdelingen ansvar for en rekke høringsuttalelser på vegne av reiselivet.

Krevende lovarbeid

I 2009 har blant annet arbeidet med regjeringens forslag om innføring av regionale verneombud, endringer i Alkoholoven, lov om Vaktvirksomhet, kulturoms og revisjon av Merverdiavgiftsloven med forskrifter vært blant disse. NHO Reiselivs juridiske avdeling har i 2009 også deltatt på en rekke dialogmøter i EU, og i rådet for Samarbeid Mot Svart Økonomi, samt hatt et nært samarbeid med Helsedirektoratet i forbindelse med en foredragsserie knyttet til tilgjengelighet for personer med nedsatt funksjonsevne. I tillegg har avdelingen avholdt en rekke kurs og samlinger for medlemsbedriftene, herunder

arbeidsrettskurs i Oslo og Tromsø med mer enn 100 deltagere.

Økt saksomfang

Det er ikke uvanlig at NHO Reiselivs jurister besvarer mer enn 50 telefoner fra medlemsbedrifter daglig. I 2009 har dette ikke minst hatt sammenheng med finanskrisen, og utfordringer for bedriftene i kjølvannet av denne. Dette har i stor grad dreid seg om omlegginger og rasjonaliseringstiltak; problemstillinger der saksbehandlingen i forkant av tiltakene ofte har stått sentralt. Avdelingen har i tillegg representert en rekke bedrifter i tvister og rettsbehandling innenfor arbeidsrettsområdet. Avdelingen har også håndtert mange saker i forbindelse med myndighetenes kontroll etter alkohol- og matlovgivning, saker som ofte er tidkrevende og skaper frustrasjon hos medlemmene.

Trygghet i bedriftene

NHO Reiseliv engasjerer seg for

at medlemsbedriftene skal jobbe systematisk med helse, miljø og sikkerhet da dette bidrar til økt lønnsomhet og styrker bedriftenes omdømme. På vårparten var fokuset på matsikkerhet stort, med ny hygienepakke og kursvirksomhet i forhold til det nye regelverket. Løpende publisering av nyttig HMS-stoff på NHO Reiselivs hjemmesider har vært prioritert for å holde medlemmene oppdatert. NHO Reiseliv har også etablert en HMS-pris som skal deles ut på NHO Reiselivs landsmøte, ikke minst for å synliggjøre viktigheten av grundig HMS-arbeid.

Beredskap mot ran

Beredskap har vært en viktig del av HMS-arbeidet gjennom høsten 2009, da flere hoteller i Osloområdet ble utsatt for ran. I tillegg til å publisere nyttige artikler om beredskapsarbeid i bedriftene, har planleggingen av to kurs innen ran, tyveri og bedriftssikkerhet fått høy prioritet. NHO Reiseliv tok også initiativet



Det er ikke uvanlig at NHO Reiselivs jurister besvarer mer enn 50 telefoner fra medlemsbedrifter daglig

til et møte om ransproblematikk mellom politiet og hotellbransjen. Møtet fant sted i Oslo 16. september. Det har også vært fokus på beredskap i HMS-forum, hvor NHO Reiseliv har deltatt i månedlige møter. Her har NHO Reiselivs HMS-rådgiver ledet en arbeidsgruppe med oppgaven å utvikle en felles metode

for beredskapsplanlegging til nytte for bedriftene i NHO.

Bedriftshelsetjeneste

I forbindelse med at regjeringen har innført obligatorisk godkjenningsskjema for BHT har NHO Reiseliv i tillegg til veiledningen laget en egen sjekkliste med kvalitetskrav til

BHT som gjelder for hotell- og restaurantbransjen. I tillegg har HMS-avdelingen utarbeidet en egen liste for bestilling av risikobaserte helseundersøkelser (risikoområder), spesielt tilpasset våre bransjer. Avdelingen har i 2009 også arbeidet med miljøinformasjon og prosjektet "Inkluderende ledelse".



NÅR MARGINENE TELLER

NHO Reiseliv Innkjøpskjeden fremforhandler og vedlikeholder konkurransedyktige avtaler som gir medlemmene meget fordelaktige betingelser på et stort sortiment varer og tjenester som kolonialvarer, ferskvarer, non-food, øl, mineralvann, samt vin og brennevin.

I 2009 har NHO Reiseliv Innkjøpskjeden fremforhandlet og tegnet nye og bedre avtaler med en rekke grossistdistribuerte og direktdistribuerte leverandører. Innkjøpskjeden er opptatt av å opprettholde en sunn konkurransesituasjon i storhusholdningsmarkedet, og derfor er det i 2009 på grossistsiden gjort avtaler med to nye, riksdekkende distributører. Dette medfører at medlemmene nå kan velge mellom minst to alternative distributører innen alle varegrupper.

Flere medlemmer, bedre support
Medlemsverving har stått høyt på dagsorden i 2009 for NHO

Reiseliv Innkjøpskjeden. Dette fordi flere medlemmer i Innkjøpskjeden resulterer i større innkjøpsvolumer, som igjen gir bedre betingelser på sikt for den enkelte bedrift. Det er gledelig å melde at medlemstallet det siste året har vokst med godt over 100 bedrifter. Medlemssupport har også vært høyt prioritert, i form av kalkylekurs og gjennomgang av innkjøpsrutiner slik at bedriftene er sikret best mulig utbytte av alle medlemsfordeler. Innkjøpskjeden har for øvrig utbetalt sitt overskudd for 2008 i form av partnerbonus på 4,6 prosent av medlemmenes nettofakturerte kjøp over avtalene.

Messer og magasin

Innkjøpskjeden har prioritert medlemskontakt og deltakelse på messer og kundebesøk høyt i 2009, og deltok blant annet på "Smak 09" på Lillestrøm, der det ble knyttet en rekke kontakter som igjen resulterte i nye medlemmer. Innkjøpskjeden stilte også med egen stand på "Østlandske Storhusholdning" på Hamar og "A La Carte 2009" i Bergen.

NHO Reiseliv Innkjøpskjeden har også ansvaret for innholdsproduksjon til magasinet Pluss, som sendes ut fire ganger i året til alle medlemmer i Innkjøpskjeden.



➤ I 2009 har NHO Reiseliv Innkjøpskjeden fremforhandlet og tegnet nye og bedre avtaler med en rekke grossistdistribuerte og direktdistribuerte leverandører

ARBEID I REGIONER OG UTVALG



For NHO Reiselivs regionapparat og bransjeutvalg har finanskrisen preget arbeidet gjennom 2009. Medarbeiderne ved regionkontorene er tett på medlemsbedriftene og har dermed observert på nært hold hvordan de internasjonale økonomiske nedgangstidene har påvirket norsk reiselivsnæring. Dette har dannet et viktig grunnlag i NHO Reiselivs rapportering på næringens status ovenfor myndighetene.

Både i regionene og i bransjeutvalgene har mange saker stått på dagsorden i 2009. Det er særlig saker som omhandler forbedring av reiselivets rammevilkår og tilrettelegging for fremtidig utvikling av reiselivet regionalt og lokalt som har stått i fokus.



REISELIVETS LOKALSTEMME

NHO Reiselivs regionapparat yter bistand til - og engasjerer seg på vegne av - medlemsbedriftene i deres nærområde. NHO Reiselivs regionapparat er inndelt i syv regioner.

NHO Reiselivs regionapparat arbeider for å ivareta reiselivets interesser lokalt og regionalt. Medarbeiderne ved regionkontorene har ansvaret for den daglige kontakten med medlemsbedriftene i sin region, og arbeider blant annet med bedriftsveiledning, lokal og regional næringspolitikk, medlemsverving og lokale møter, seminarer og kurs. Gjennom 2009 har regionkontorene arbeidet med et bredt saksfelt.

NHO Reiseliv Sør-Norge

NHO Reiseliv Sør-Norge dekker fylkene Telemark, Aust-Agder og Vest-Agder. I 2009 har regionforeningen deltatt i etableringen av et felles markedsførings- og bookingselskap for hele Sørlandet – Visit Sørlandet AS. Videre har regionforeningen satt fokus på lokal matkultur og hva som skal til for å kunne løfte næringen i bruk av dette. Regionforeningen har også vært en synlig aktør i forbindelse med

vedtaket om reduserte skjenketider i Kristiansand, som NHO Reiseliv Sør-Norge har gått klart imot. I tillegg har foreningen engasjert seg i arbeidet for å bygge næringens omdømme lokalt, gjennom deltakelse og samarbeid med andre aktører i flere byer.

NHO Reiseliv Vest-Norge

NHO Reiseliv Vest-Norge dekker fylkene Sogn og Fjordane, Rogaland og Hordaland. I 2009 har regionforeningen engasjert seg i flere næringspolitiske saker, blant annet kraftutbygging, som har vært et meget viktig tema i fjordregionen, og skjenkepolitikk. Bortfallet av Englandsbåten i 2008 har vært et aktuelt tema blant medlemsbedriftene og styret også i 2009, og man har gjennom flere kanaler bedt myndighetene om å jobbe for å få Englandsbåten tilbake til Vestlandet. I 2009 fikk Fjord Norge AS tildelt NCE-status (Norwegian Centers of Expertise), og NHO Reiseliv har gått

inn som partner i prosjektet. Regionforeningen har også engasjert seg i regjeringens høringsforslag om endringer i Alkoholloven.

NHO Reiseliv Midt-Norge

NHO Reiseliv Midt-Norge dekker fylkene Møre og Romsdal, Sør-Trøndelag og Nord-Trøndelag. I 2009 har det tette samarbeidet med NHOs regionkontorer i Møre og Romsdal og Trøndelag bidratt til økt kontakt med politikerne regionalt og sentralt i viktige saker for reiselivet. Samferdsel, infrastruktur og lønnsomhet har også stått på agendaen, blant annet i møter med Trøndelagsbenkene på Stortinget.

Alkoholpolitikk har skapt engasjement blant medlemsbedriftene etter at skjenketiden ble redusert med en time i Trondheim. NHO Reiseliv har vært aktivt til stede i den lokale debatten. Regionforeningen har gjennom året hatt stort fokus på



I 2009 fikk Fjord Norge AS tildelt NCE-status (Norwegian Centers of Expertise), og NHO Reiseliv har gått inn som partner i prosjektet

medlemsaktivitet, eksempelvis med vertskapskurs og renholdskurs. NHO Reiseliv deltar i styringsgruppen for Reiselivsprogrammet for Møre og Romsdal Fylke, og dette arbeidet avsluttes sommeren 2010.

NHO Reiseliv Oslo og Akershus

NHO Reiseliv Oslo og Akershus har i 2009 arbeidet med en rekke dagsaktuelle saker som har opp-

tatt reiselivet i regionen. Etter hotellranene i Oslo på sensommeren, arrangerte NHO Reiseliv Oslo og Akershus i samarbeid med politiet et halvdagskurs hvor mer enn 50 personer fra hotellnæringen deltok. Videre har regionforeningen deltatt i møter i "Funksjonsutvalget for levende Oslo", et samarbeid på tvers av kommunale sektorer og mellom kommunen og nærings-

livet. Utfordringen knyttet til svart økonomi i utelivsbransjen, og videreutvikling av Vertskapsbeviset, har stått i fokus også i 2009. Også NHO Reiseliv Oslo og Akershus har arbeidet med skjenkepolitikk. Styret har blant annet sendt inn høringsbrev til Oslo Kommune vedrørende endring i forskriften om serverings-, salgs- og skjenkebevilling.



REISELIVETS LOKALSTEMME

>>>

NHO Reiseliv Øst-Norge

NHO Reiseliv Øst-Norge dekker fylkene Buskerud, Vestfold og Østfold. Regionforeningen har i 2009 vært spesielt opptatt av kompetanse og rekruttering til reiselivet, i samarbeid med opplæringskontorene. NHO Reiseliv Øst-Norge har videre vært engasjert i å hindre konkurransevidning ved ulik praktisering av røykeloven på utserveringer, et arbeid som har ført til at myndighetene nå foretar bedre kontroller.

I forkant av stortingsvalget inviterte NHO Buskerud og NHO Reiseliv listetoppene i Buskerud til et reiselivsmøte på Geilo, hvor partienes politikk for reiselivsnæringen og næringens egne krav ble presentert. Det er blitt arrangert flere kalkylekurs og medlemsmøter for medlemsbedriftene i regionen.

NHO Reiseliv Nord-Norge

NHO Reiseliv Nord-Norge dekker fylkene Nordland, Troms, Finnmark samt Svalbard. Etableringen av NordNorsk Reiseliv AS har vært en milepæl i arbeidet i 2009. NHO Reiseliv har

arbeidet for denne etableringen i mange år, og har vært pådriver for prosessen.

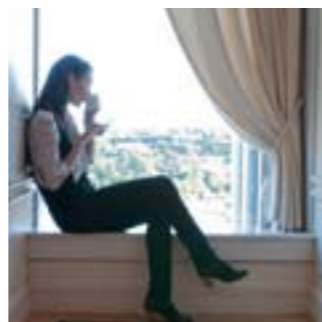
Videre har Hurtigrutas fremtid, samferdsel og innspill til nordområdepolitikken vært andre viktige saker NHO Reiseliv Nord-Norge har arbeidet med. Arena Nord AS har hatt meget høy aktivitet gjennom året. Selskapet eier varemerker som Nord i Sør, Reiselivsdagene, NordNorsk Storhusholdningsmesse, Arktisk Meny, Arktisk Opplevelse/Ulvedans og Mat & Opplevelseskartet. I januar ble Nord i Sør 2009 arrangert i Oslo. Den viktigste møteplassen for nordnorsk reiseliv, Arena Nord, fant sted i september, mens Norsk Opplevelseskonferanse 2009 gikk av stabelen i Svolvær i november. Landsmøtet til NHO Reiseliv ble i 2009 for første gang arrangert i Finnmark, nærmere bestemt i Alta.

NHO Reiseliv Innlandet

NHO Reiseliv Innlandet dekker fylkene Hedmark og Oppland. Samferdselspolitikk har vært et viktig tema for regionforeningen i 2009, og NHO Reiseliv

Innlandet har som en del av dette arbeidet sluttet seg til "Vegforum Innlandet". Dette forumet gir økt kunnskap og påvirkningskraft for regionforeningen både i nasjonale og regionale samferdsels spørsmål. I 2009 er det også nedlagt mye arbeid i høringsuttalelser knyttet til etablering av nye verneområder og forvaltningen av eksisterende områder. I forkant av stortingsvalget ble det arrangert tre bedriftsbesøk med toppkandidatene fra de ulike partiene.

NHO Reiseliv Innlandet inngikk i 2009 en partnerskapsavtale med reiselivsstudiet ved Høgskolen i Lillehammer, som medfører at partene har et fast samarbeid med hovedvekt på å styrke reiselivsproduktet i regionen gjennom kompetansehevingstiltak, forskning og undervisning. I 2009 undertegnet også NHO Reiseliv Innlandet "Partnerskap for reiseliv i Hedmark", hvor Hedmark fylkeskommune, Innovasjon Norge Hedmark, Fylkesmannen i Hedmark og Hedmark Reiseliv også er partnere.



I forkant av stortingsvalget inviterte NHO Buskerud og NHO Reiseliv listetoppene i Buskerud til et reiselivsmøte på Geilo, hvor partienes politikk for reiselivsnæringen og næringens egne krav ble presentert



Også i 2009 har NHO Reiselivs fire bransjeutvalg arbeidet aktivt med spørsmål som angår de særskilte bransjenes hverdag. Blant sakene utvalgene har behandlet, er forslag til ny alkohollov, videreutvikling av BIT Reiseliv og forslaget om innføring av mva på kultur- og opplevelsesområdet.

For til enhver tid å ha oppdatert kunnskap om de ulike bransjers utfordringer og muligheter, arbeider NHO Reiseliv med politikktutvikling gjennom fire utvalg: Servering, overnatting, destinasjoner og opplevelser. Bransjeutvalgene, som er rådgivende organer for NHO Reiselivs administrasjon og styre, består av bedriftsrepresentanter. Utvalgene møtes jevnlig og tar opp aktuelle saker til behandling. I 2009 er det behandlet til sammen 73 saker gjennom 13 møter i bransjeutvalgene.

Bransjeutvalg for overnatting
Sentralt for bransjeutvalg for overnatting har moms, kvalitetssikring og arbeidsgiveravgift stått. I tillegg er arbeidet for at bransjen skal nyte et godt omdømme og gode rammebetingelser langsiktige mål. Utvalget har i 2009 vært ledet av André Schreiner (Quality Hotel og Resort Sarpsborg), og har totalt bestått av seks medlemmer.

Økt forståelse i markedet for at Norge ikke er et dyrt land å overnatte i, bedre tilgjengelighet gjennom bruk av serviceskilt langs veien, samt overnattingssektorens utfordringer knyttet til endringer i alkoholloven er tre av sakene utvalget har vært spesielt engasjert i gjennom 2009.

Arbeidet med camping gjøres av et underutvalg av Bransjeutvalg for overnatting. Campingutvalget ledes av Mats Henrik Sandnes (Sørlandet Feriesenter). Utvalget har totalt fem medlemmer. Hovedoppgavene til utvalget har vært klassifisering av campingbedrifter, godkjenning av turistkontor og Campingkonferansen.

Bransjeutvalg for opplevelser
Utvalget arbeider for å synliggjøre opplevelsesbransjens særskilte behov, et segment innen reiselivet som har økt og blitt stadig viktigere i utviklingen av

regionalt reiseliv det siste tiåret. Utvalget har i 2009 vært ledet av Reidar Fuglestad (Dyreparken i Kristiansand), og har bestått av fem medlemmer.

Aktiviteten i 2009 har vært noe lavere enn normalt, da utvalget og dets sammensetning organiseres på nytt. I arbeidsplan for 2010 foreslås det å øke utvalget med 3-4 nye medlemmer, for i større grad å dekke bredden av opplevelsessegmentet. Høyest prioritet i 2009 har vært viet arbeidet med regjeringens forslag om innføring av mva på kultur- og opplevelsesområdet, og hindre at dette rammer opplevelsesbedriftene på en urimelig måte. Utvalget arbeidet aktivt mot det første forslaget som kom fra Finansdepartementet. Det endelige vedtaket med virkning i statsbudsjettet for 2010 ble av en slik karakter at det ligger innenfor et område næringen kan tåle.



Bransjeutvalg for destinasjoner
Over 50 destinasjonsselskaper er medlemmer i NHO Reiseliv. Utvalget har hatt fokus på arbeidet med informasjonsteknologi, booking og portaler, for at avstanden fra marked til bedrift skal bli så liten som mulig. Utvalget har i 2009 vært ledet av Ole Warberg (VisitBergen), og bestått av seks medlemmer.

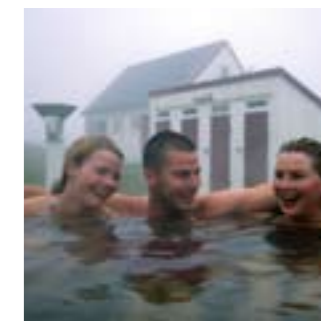
Utvalget hadde medansvar for programmet under NHO Reiselivs landsmøtet i Alta hvor destinasjonsarbeidet ble satt i fokus. Det har vært arbeidet med saker i tilknytning til BIT Reiseliv, cruiseturisme, program for brukerforum samt brukerskapt innhold i web og

E-markedsføring. Det har i 2009 også vært gjennomført studietur til Malmø og København for å løfte bedriftenes kompetanse på slike løsninger.

Bransjeutvalg for servering
Forslaget til ny alkohollov har stått sentralt i utvalgets arbeid i 2009. Dette forslaget svekker serveringsnæringens muligheter for lønnsom drift, og har derfor vært av overordnet betydning for utvalgets arbeid for å skape økonomisk bærekraftige rammebetingelser for bransjen. Utvalget har i 2009 vært ledet av Eric Saudan (Bellevue Restauranter, Bergen), og har bestått av seks medlemmer fra hele landet.

Bransjeutvalg for servering har i 2009 også behandlet den planlagte innføringen av en "smilefjesordning". Det er også avholdt møter med blant annet Mattilsynet om dette.

Utvalget har satt fokus på at rekrutteringen til bransjens fagbrevområder er for dårlig i dag. Dette har vært et prioritert arbeidsområde. Utdanningen av servitører har hatt et spesielt fokus. Arbeidet mot svart økonomi har også stått sentralt på dagsorden i 2009, og utvalgets klare standpunkt er at det skal være lønnsomt å drive seriøst og at myndighetene må legge til rette for dette.



➤ I 2009 er det behandlet til sammen 73 saker gjennom 13 møter i bransjeutvalgene

MARKED OG ORGANISASJON



Norsk reiselivsnæring har fra å ha opplevd meget god vekst de seneste årene opplevd tilbakegang i 2009 med bakgrunn i finanskrisen, på samme måte som andre større næringer. Nedgangen har særlig kommet fra utenlands- og kurs- og konferansemarkedet, og distriktene har blitt rammet hardest. Imidlertid er det gledelig at flere nordmenn la sommerferien til eget land i 2009, noe som bidro til at mange bedrifter kom seg gjennom året med hodet over vannet til tross for nedgangen fra andre markeder.

At NHO Reiselivs medlemsmasse har økt i det som har vært et nedgangår for norsk reiselivsnæring viser behovet for en slagkraftig organisasjon som setter bedriftene i fokus og taler reiselivets sak ovenfor politikere, media og publikum.



VEKST OG FALL

NHO Reiseliv befestet sin posisjon som den største arbeidsgiver- og næringsorganisasjonen for norsk reiseliv ved å øke sin medlemsmasse i 2009 til 2320 medlemmer. Finanskrisetåret 2009 har imidlertid rammet alle segmentene i reiselivet, noen hardere enn andre.

I 2009 har NHO Reiseliv hatt fokus på medlemservice i alle ledd, og resultatet er at medlemstallet økte selv i et år hvor finanskrisen rammet norsk reiseliv hardt.

Tilvekst på 47

Organisasjonen har brukt betydelige ressurser på å dokumentere den økonomiske statusen i næringen, og vært et tydelig talerør for reiselivet i den vanskelige situasjon næringen kom i som følge av finanskrisen. Tydelige krav for hvilke tiltak som bør iverksettes for å bedre situasjonen, er blitt stilt til myndighetene. At medlemstallet har økt med 47 medlemmer i

2009 viser at NHO Reiselivs arbeid er viktig for næringen.

Færre utenlandsturister

Bedrifter som satser særskilt på utenlands-, yrkes- og kurs- og konferansemarkedet har hatt et vanskelig år i 2009. Nedgangen har vært stor fra viktige utenlandske kjernemarkeder, noe som må sees i sammenheng med ettervirkningene av finanskrisen. En svak julebordsesong bidro også til at mange bedrifter fikk et svekket årsresultat. Men sommersesongen ble bedre enn hva man først fryktet, grunnet at flere nordmenn valgte å feriere i eget land gjennom sommeren 2009. Dette bidro til å redde

mange norske reiselivsbedrifter fra det som kunne blitt et enda verre år, særlig i distriktene.

Færre hotellovernattinger

Norske hoteller hadde totalt 17 654 074 overnattinger i 2009, en nedgang på 3 prosent fra 2008. Nedgangen var størst for yrkes- og kurs- og konferansemarkedet, med henholdsvis 5,2 og 7,2 prosent færre overnattingdøgn. Gjester fra ferie- og fritidsmarkedet hadde like mange overnattingdøgn i 2009 som i 2008. Gjennomsnittlig beleggspersent i 2009 gikk ned med 4,6 prosentpoeng til 50,7 prosent. Det var utenlandsgjestene som sviktet, med en samlet tilbakegang i gjestedøgn på 10 prosent. I det norske markedet sank hotellovernattingene med 1 prosent.

Store fylkesvise forskjeller

Nedgangen i hotellovernattinger i 2009 gikk hardest ut over Agderfylkene, som opplevde en samlet tilbakegang på 13,3 prosent i Aust-Agder og 12,3 prosent i



➤ **At medlemstallet har økt med 47 medlemmer i 2009 viser at NHO Reiselivs arbeid er viktig for næringen**

Vest-Agder. Også Oppland (-9,2 prosent) og fjordfylkene Hordaland (-5,6 prosent) og Sogn- og Fjordane (-6,9 prosent) var blant fylkene med størst tilbakegang i hotellovernattinger. Blant de få fylkene som kunne vise til oppgang i overnattinger i 2009 pekte Sør-Trøndelag (+4,1 prosent) og Nordland (+2,1 prosent) seg ut. Det er ferie- og fritidsmarkedet som var grunnlaget for vekst i de to fylkene.

Svikt i utenlandsmarkedet

Finanskrisen svekket utenlandsmarkedet i 2009. Størst var nedgangen i de store markedene som Storbritannia (-21 prosent), USA (-14 prosent) og Tyskland (-9 prosent). Prosentvis var det landene i Øst-Europa som hadde størst tilbakegang, noe som blant annet henger sammen med at finanskrisen rammet denne regionen spesielt

hardt. For eksempel sank hotellovernattingene fra Estland med hele 46 prosent. Gledelig var det imidlertid at franske overnattinger økte med 4 prosent i 2009, og at det italienske markedet økte med hele 13 prosent.

Mer hytte og mindre camping

Overnattinger ved campingplassene sank med 100 000 (-1 prosent) i 2009. Det var det utenlandske markedet som bidro til nedgangen (-7,5 prosent). Norske campingovernattinger steg med 1 prosent. Norske Vandrerrhjem fikk en tilbakegang på 4 prosent, på grunn fall i de utenlandske markedene. Det eneste overnattingsegmentet som hadde vekst i 2009 var hyttegrendene (+7,5 prosent). Vinterdestinasjoner med store hytteanlegg hadde en god sesong på grunn av mye snø, og mange rorbuanlegg i Nord-Norge hadde meget godt belegg

gjennom sommersesongen, blant annet som følge av godt vær og den såkalte "Himmelblå-effekten".

Svak serveringsøkning

Det er i skrivende stund begrenset oppdatert statistikk for serveringsbedriftene for hele 2009. Sammenliknet med 3. kv. i 2008 økte omsetningen med 2,4 prosent i 3. kv. i 2009. Dette er svakere vekst enn i 2008, da veksten for samme periode utgjorde 6,5 prosent. Basert på NHO Reiselivs medlemsundersøkelse foretatt i desember 2009, hvor halvparten av bedriftene svarte at de fryktet en svakere julebordsesong enn året før, er det sannsynlig at omsetningsutviklingen for 4. kv. 2009 ikke vil bidra til å rette opp resultatet for 2009.

Kilder: SSBs overnattingstatistikk januar-desember 2009. SSBs omsetningsindeks for transport, reiseliv og IT, 3. kv 2009.



DETTE ER NHO REISELIV

NHO Reiseliv er Norges største arbeidsgiver- og næringsorganisasjon for reiselivsnæringen, og representerer mer enn 2300 bedrifter som har en samlet årlig omsetning nær 30 milliarder kroner og sysselsetter 55 000 arbeidstakere.

NHO Reiseliv har sitt hovedkontor i Oslo, hvor det jobber omkring 35 medarbeidere. Organisasjonen dekker gjennom sitt regionapparat hele landet, og er blant de største landsforeningene i NHO.

Verdigskaping i reiselivet

Reiselivsnæringen er Norges tredje største næring og sysselsetter totalt omkring 150 000 mennesker. Som landets største reiselivsorganisasjon arbeider NHO Reiseliv for at bedriftene og de ulike bransjene i norsk

reiselivsnæring skal få gode rammevilkår. Dette gjøres gjennom aktivt påvirkningsarbeid rettet mot politikere og myndigheter både lokalt og sentralt. Målsetningen er at reiselivsnæringen i enda større grad skal bli en lønnsom og attraktiv næring, som bidrar til vekst og sysselsetting over hele landet.

Setter dagsorden

Samtidig søker NHO Reiseliv å bidra til å synliggjøre reiselivets interesser gjennom å sette reiselivets saker på dagsorden i media.

Saker som lønnsom drift, moms på servering, regler for skjenking av alkohol, markedsføring av Norge og bevaring av kulturlandskapet er alle eksempler på næringspolitiske saker hvor NHO Reiseliv har stort fokus. NHO Reiseliv arbeider tverrfaglig og tverrpolitisk i sitt påvirkningsarbeid, og er blant annet en aktiv deltaker i å gi høringssvar og i å delta i høringer på Stortinget i saker som angår reiselivet.



Ragnar Heggdal, president



Knut Almquist, adm. direktør

Styret i NHO Reiseliv

Ragnar Heggdal, president

Molde Fjordstuer AS. President siden 2006, gjenvalgt i 2008.

Morten Thorvaldsen, visepresident

Thon Hotels. Styremedlem fra 2006, visepresident fra 2008.

Stig-Rune Steiro, styremedlem

Alter Ego Gruppen AS. Styremedlem fra 2004.

Berit Bentzrud, styremedlem

Bellevue Restauranter AS. Varamedlem fra 2007, styremedlem fra 2008.

André Schreiner, styremedlem

Choice Hotels Scandinavia ASA. Varamedlem fra 2004, styremedlem fra 2006.

Ole P. Bruun, styremedlem

Hovden Høyfjellsenter og Hyttepark. Varamedlem fra 2008, styremedlem fra 2009.

Anne Dorte Carlson, styremedlem

Destinasjon Trysil BA. Varamedlem fra 2008, styremedlem fra 2009.

Tøve Rønning, varamedlem

Grimsbu Turistsenter ANS. 1. varamedlem fra 2009.

Tor-Ragnar Fjeldstad, varamedlem

Tromsø Travel Hotel AS Amalie Hotel. 2. varamedlem fra 2009.

Mål og identitet

NHO Reiselivs mål og identitet ble vedtatt på landsmøtet i 2006.

Vårt hovedmål

Ved å sette våre medlemmer i sentrum, skal NHO Reiseliv være reiselivets talerør og toneangivende nærings- og arbeidsgiverorganisasjon i Norge.

Gjennom en slagkraftig medlemservice, nærings- og arbeidslivspolitik, skal vi bidra til at bransjen og våre medlemmer oppnår forutsigbare rammevilkår, et godt omdømme og økt lønnsomhet.

Vår posisjon

Nærings- og arbeidsgiverorganisasjonen for hele reiselivet

Vår ambisjon

NHO Reiseliv skal være blant Norges mest profilerte og respekterte næringslivsorganisasjoner med stor gjennomslagskraft.

Løfter

- Sterkere omdømme og gjennomslagskraft for reiselivet
- Høy medieberedskap



Styret i NHO Reiseliv.

Fra venstre: André Schreiner, Stig-Rune Steiro, Ole P. Bruun, Anne Dorte Carlson, Ragnar Heggdal, Tøve Rønning, Morten Thorvaldsen, Tor-Ragnar Fjeldstad. Berit Bentzrud var ikke tilstede da bildet ble tatt.

- Fri juridisk bistand innenfor arbeidsrett
- Tilgang til faglige og sosiale nettverk
- Sikre kompetent arbeidskraft
- Vi vet hva som skjer og informerer deg
- Markedets beste innkjøpsavtaler

Våre verdier

Vi skal være engasjerte, modige og ansvarlige.

Engasjert - betyr at vi skal ta initiativ, involvere og strekke oss etter å gi vårt aller beste. Vi tror på det vi driver med. Det skal vi også utstråle!

Modig - betyr at vi skal våge å tenke nytt, stille krav og utfordre hverandre, våre medlemmer og reiselivets rammesettere.

Ansvarlig - betyr at vi skal være oppdaterte, pålitelige og ikke gi oss før våre medlemmer blir møtt, hørt, sett og hjulpet.

Når vi snakker, blir du hørt!

NHO Reiseliv

Postadresse: Postboks 5465,
Majorstua, 0305 Oslo

Besøksadresse: Næringslivets Hus,
Middelthunsgate 27, Oslo

Telefon: 23 08 86 20

Telefax: 23 08 86 21

E-post: firmapost@nhoreiseliv.no

www.nhoreiseliv.no

